



OFERTA Y DEMANDA

PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA DEL BANCO CENTRAL DE CHILE



ASIGNATURA: Historia, Geografía y Ciencias Sociales.

CURSO SUGERIDO: 1° año medio.

OBJETIVO DE APRENDIZAJE ABORDADO: : Explicar el problema económico de la escasez y las necesidades ilimitadas con ejemplos de la vida cotidiana, y de las relaciones económicas (por ejemplo, compra y venta de bienes y servicios, pago de remuneraciones y de impuestos, importaciones-exportaciones) que se dan entre los distintos agentes (personas, familias, empresas, Estado y el resto del mundo).

HABILIDADES: Comunicación

k. Participar activamente en conversaciones grupales y debates, argumentando opiniones, posturas y propuestas.

DURACIÓN ESTIMADA: 2 horas pedagógicas.

CONTENIDOS DE EDUCACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA: Microeconomía: conceptos de oferta y demanda, ley de la oferta, ley de la demanda.

PROPÓSITO DE LA ACTIVIDAD: Comprender los conceptos de oferta, demanda y ley de la demanda

ACTIVIDAD PEDAGÓGICA:

Inicio:

El/la docente explica a los y las estudiantes que durante la sesión trabajarán algunos conceptos económicos fundamentales, relacionados con la oferta y la demanda en las transacciones en las que de alguna manera, todos/as tomamos parte cotidianamente. A continuación escribe los siguientes conceptos en el pizarrón:

OFERTA- DEMANDA- LEY DE LA OFERTA- LEY DE LA DEMANDA- PRODUCTO

En parejas, los y las estudiantes reciben una ficha en las que aparecen varias definiciones (anexo 1). Utilizando los conocimientos previos que poseen sobre el tema, cada pareja escribe sobre cada una de las definiciones uno de los conceptos que se encuentran anotados en el pizarrón. Luego de realizado el ejercicio, los/as estudiantes comparten sus respuestas, discutiendo y argumentando en los casos en los que no haya acuerdo en las definiciones. El/la docente aclara los conceptos que puedan estar erradamente asignados.



CENTRAL
EN TU VIDA

Desarrollo:

Después de revisar los conceptos de oferta y demanda, se divide al curso en grupos de 3 personas. La mitad serán designados por el/la docente como "grupos compradores" y la otra mitad, como "grupos vendedores".

Cada grupo recibe una ficha con material recortable que, dependiendo del grupo, será la ficha de vendedores (anexo 2) o la ficha de compradores (anexo 3).

Los vendedores/as, tendrán productos a los que deben poner un precio para ponerlos a la venta. El/la docente entregará las siguientes reglas a los grupos de vendedores/as:

- El grupo debe recortar todos sus productos.
- Se realizarán 3 ventas, en cada una de ellas el grupo debe utilizar 15 de sus productos.
- Una vez recortados los productos, el grupo deberá acordar un precio de venta para cada uno de ellos/as, el que deberá ser anotado en una lista de precios.
- Los precios asignados a los productos, deberán ser siempre múltiplos de 1.000.
- Una vez que el/la docente dé por iniciada la venta, deberán intentar vender la mayor cantidad de productos a los grupos de compradores, durante el tiempo disponible para ello.

Los compradores tendrán dinero para comprar los productos a los grupos que elijan. El/la docente entregará las siguientes reglas a los grupos de compradores/as:

- El grupo debe recortar todos los billetes de su ficha y separarlos en 3 partes iguales.
- Se realizarán 3 compras, en cada una de ellas, el presupuesto para compras será de \$ 10.000, por lo que no deberán gastar más de esa cifra.
- Una vez que el/la docente dé por iniciada la venta, deberán comprar un mínimo de 3 tipos diferentes de productos, utilizando para ello el presupuesto que tienen disponible.

PRIMERA VENTA:

Una vez que todos los grupos han preparado su material, los grupos de vendedores disponen sus productos en una mesa, de modo que quede visible para la actividad y el/la docente da por iniciada la venta, la que durará 10 minutos. Durante ese tiempo, los grupos que actúan como compradores pasearán por la sala adquiriendo los productos que decidan comprar.

Una vez terminada la primera ronda de venta, los grupos de vendedores/as y compradores/as completan las tablas contenidas en los anexos 4 y 5, respectivamente.

SEGUNDA VENTA:

Antes de iniciar la segunda venta, el/la docente entrega las siguientes instrucciones a cada grupo:

Vendedores/as:

- Deben agregar 15 nuevos productos para la venta, del material que han guardado previamente.



- Deben cambiar los precios de todos los productos ofrecidos antes del inicio de la segunda venta, consignando el cambio en su lista de precios.

Compradores/as:

- Deben seleccionar un nuevo presupuesto de \$ 10.000 para sus compras, del material que han guardado previamente.
- Una vez que el/la docente dé por iniciada la venta, deberán comprar un mínimo de 3 tipos diferentes de productos, utilizando para ello el presupuesto que tienen disponible.

Una vez terminada la segunda ronda de venta, los grupos de vendedores/as y compradores/as completan las tablas contenidas en los anexos 4 y 5, respectivamente.

TERCERA VENTA:

Antes de iniciar la tercera a venta, el/la docente entrega las siguientes instrucciones a cada grupo:

Vendedores/as:

- Deben agregar 15 nuevos productos para la venta, del material que han guardado previamente.
- Deben cambiar los precios de todos los productos ofrecidos antes del inicio de la tercera venta, consignando el cambio en su lista de precios. Los nuevos precios asignados a cada producto, deberán ser diferentes de los asignados en las dos ventas anteriores.

Compradores/as:

- Deben seleccionar un nuevo presupuesto de \$ 10.000 para sus compras, del material que han guardado previamente.
- Una vez que el/la docente dé por iniciada la venta, deberán comprar un mínimo de 3 tipos diferentes de productos, utilizando para ello el presupuesto que tienen disponible.

Una vez terminada la tercera ronda de venta, los grupos de vendedores/as y compradores/as completan las tablas contenidas en los anexos 4 y 5, respectivamente.

Una vez terminadas las ventas, cada grupo de vendedores se reúne con un grupo de compradores, de modo que se formarán nuevos grupos de 6 estudiantes cada uno. Con la información reunida durante la actividad, cada grupo completa una tabla como la siguiente (anexo 6):

¡Miremos el comportamiento de la Demanda!

A partir de los datos de cada una de las ventas que hizo el grupo, tomen 2 productos que hayan vendido y completen las tablas a continuación. Esto les permitirá observar cómo se comportaron sus compradores:

Producto 1:	
Precio	Cantidad vendida
\$ 1.000	
\$ 2.000	
\$ 3.000	
\$ 4.000	
\$ 5.000	
\$ 6.000	
\$ 7.000	
\$ 8.000	
\$ 9.000	
\$ 10.000	

Producto 1:	
Precio	Cantidad vendida
\$ 1.000	
\$ 2.000	
\$ 3.000	
\$ 4.000	
\$ 5.000	
\$ 6.000	
\$ 7.000	
\$ 8.000	
\$ 9.000	
\$ 10.000	

Luego contestarán las siguientes preguntas:

¿Qué sucedió con las ventas cuando el precio del producto era más barato? ¿Qué sucedió con las ventas cuando el precio del producto era más caro? ¿Se cumple en este caso la ley de la demanda?

Cierre:

La actividad finaliza con un breve plenario donde los grupos exponen los resultados obtenidos al ordenar en la tabla los datos obtenidos en las ventas desde el menor al mayor precio y compararlo con la demanda generada. Cada grupo comenta si los datos recogidos le permitieron o no observar cómo se cumple la ley de la demanda.

El/la docente aclara las dudas que pudieran persistir en relación a los conceptos de oferta, demanda y la ley de demanda.

Sugerencias Metodológicas:

Para el adecuado desarrollo de la actividad, se sugiere tener a mano la presente ficha para el momento de organizar la dinámica de compra y venta que desarrollarán los grupos, pues es muy importante recordar a los/as estudiantes los pasos y reglas en cada momento de la actividad. También es relevante que luego de cada venta, se dé unos minutos a cada grupo para completar sus tablas de datos, pues ello es lo que permitirá desarrollar la actividad central.

Materiales requeridos para la actividad:

- Tijeras para cada grupo
- Copias para cada grupo de los anexos 1 al 6

Sugerencia de evaluación:

Se sugiere evaluar de manera formativa la comprensión que los y las estudiantes muestran de los conceptos de oferta, demanda y ley de demanda en el momento del plenario de cierre, especialmente al relacionar estos conceptos con la actividad práctica realizada.

Sugerencias para el trabajo a distancia:

Para la adaptación a la modalidad a distancia, se sugiere iniciar el trabajo de manera individual: los y las estudiantes reciben una ficha en las que aparecen varias definiciones (anexo 1). Utilizando los conocimientos previos que poseen sobre el tema, escriben sobre cada una de las definiciones uno de los siguientes conceptos: OFERTA- DEMANDA- LEY DE LA OFERTA- LEY DE LA DEMANDA- PRODUCTO. Luego de realizado el ejercicio, el/la docente aclara los conceptos que puedan estar erradamente asignados.

Posteriormente, cada estudiante recibe y lee el texto presentado en el Anexo 7, luego de lo cual, el profesor/a asigna grupos para trabajar colaborativamente. Cada grupo deberá elaborar un diario mural interactivo, trabajando en línea y de manera colaborativa, incorporando una explicación clara y lo más creativa posible, de los conceptos presentados en la actividad inicial. Para ello, tendrán como apoyo el texto previamente leído y utilizarán la aplicación Padlet (<https://padlet.com/>) para presentar con elementos visuales y/o audiovisuales, lo que comprendieron de cada uno de los conceptos.

Finalmente, los grupos observan en línea todos los diarios murales interactivos, eligen y dejan un comentario de felicitación para aquel trabajo que consideren mejor, considerando los siguientes criterios:

- a) Explicar claramente los conceptos
- b) Presentar el trabajo de una manera creativa

GLOSARIO

El mercado: Es toda interacción entre el producto, un vendedor y un comprador.

Producto: Es el bien o servicio que se intercambia. Un bien es algo tangible, y un servicio es algo intangible. Hay productos que pueden ser a la vez un bien y un servicio.

Vendedor: Es quien fabrica el producto u ofrece el servicio, generalmente una empresa. Los vendedores conforman la oferta en el mercado.

Consumidores: Son todos aquellos que tengan la intención de adquirir el producto o lo compren. Ellos constituyen la demanda en el mercado.

Oferta: Es la relación que representa la cantidad de un bien que las empresas de un mercado están dispuestas a vender a un precio determinado.

Demanda: Es la relación que determina la cantidad de un producto que están dispuestos a adquirir los consumidores a un cierto precio, considerando los precios de los productos relacionados, el ingreso disponible y los gustos o preferencias del consumidor.

Ley de oferta: Establece que, manteniéndose todo lo demás constante, aumenta la oferta de un bien o servicio a medida que se precio se incrementa.

Ley de la demanda: La cantidad demandada de un bien o servicio disminuye conforme sube el precio y viceversa.



ANEXO 1:

Completen la siguiente ficha escribiendo sobre cada definición, el concepto correspondiente:

Es la relación que representa la cantidad de un bien que las empresas de un mercado están dispuestas a vender a un precio determinado.

Es el bien o servicio que se intercambia. Un bien es algo tangible, y un servicio es algo intangible.

Señala que la cantidad demandada de un bien o servicio disminuye conforme sube el precio y viceversa.

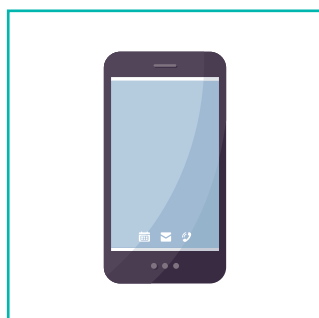
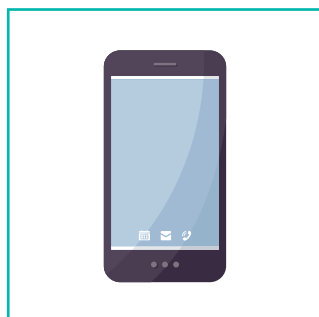
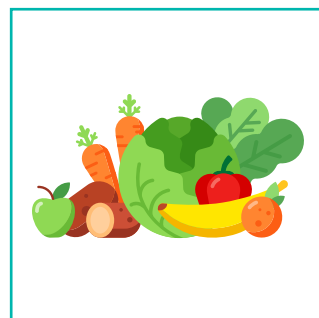
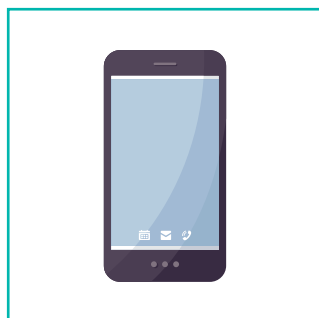
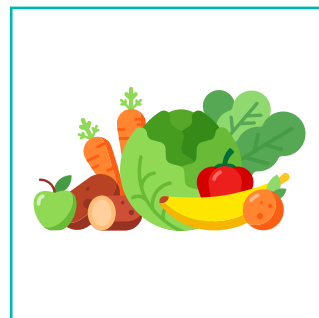
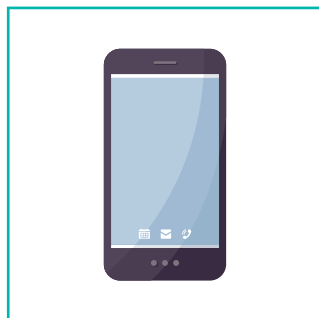
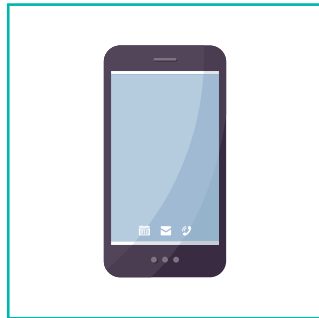
Señala que, manteniéndose todo lo demás constante, aumenta la oferta de un bien o servicio a medida que se precio se incrementa.

Es la relación que determina la cantidad de un producto que están dispuestos a adquirir los consumidores a un cierto precio, considerando los precios de los productos relacionados, el ingreso disponible y los gustos o preferencias del consumidor.



ANEXO 2: VENDEDORES

(3 copias de esta lámina para cada grupo)



ANEXO 3: COMPRADORES

(3 copias de esta lámina para cada grupo)



CENTRAL
EN TU VIDA

ANEXO 4: VENEDORES

(3 copias de esta lámina para cada grupo)

Completen la siguiente tabla, a partir de las ventas realizadas:

	Producto vendido	Precio	Cantidad de unidades vendidas
Venta 1			
Venta 2			
Venta 3			



ANEXO 5: COMPRADORES

(3 copias de esta lámina para cada grupo)

Completen la siguiente tabla, a partir de las compras realizadas:

	Producto	Precio	Cantidad de unidades compradas
Venta 1			
Venta 2			
Venta 3			



ANEXO 6:

(3 copias de esta lámina para cada grupo)

¡Miremos el comportamiento de la Demanda!

A partir de los datos de cada una de las ventas que hizo el grupo, tomen 2 productos que hayan vendido y completen las tablas a continuación. Esto les permitirá observar cómo se comportaron sus compradores:

Producto 1:	
Precio	Cantidad vendida
\$ 1.000	
\$ 2.000	
\$ 3.000	
\$ 4.000	
\$ 5.000	
\$ 6.000	
\$ 7.000	
\$ 8.000	
\$ 9.000	
\$ 10.000	

Producto 1:	
Precio	Cantidad vendida
\$ 1.000	
\$ 2.000	
\$ 3.000	
\$ 4.000	
\$ 5.000	
\$ 6.000	
\$ 7.000	
\$ 8.000	
\$ 9.000	
\$ 10.000	

Ley de la demanda:

La cantidad demandada de un bien o servicio disminuye conforme sube el precio y viceversa.

Contesten las siguientes preguntas:

¿Qué sucedió con las ventas cuando el precio del producto era más barato?

¿Qué sucedió con las ventas cuando el precio del producto era más caro?

¿Se cumple en este caso la ley de la demanda?



CONCEPTOS BÁSICOS DE MICROECONOMÍA

La microeconomía es la parte de la economía que estudia como las decisiones individuales, de personas, empresas y el gobierno afectan el entorno económico.

El mercado era el lugar físico donde en la antigüedad se vendían y compraban los productos. Pero en el presente, debido al desarrollo de la tecnología, el intercambio de productos no necesariamente ocurre en un lugar físico sino que también puede ser en espacios virtuales. Por esta razón, se entenderá como mercado a toda interacción entre tres elementos: un producto, un vendedor y un comprador. Estos dos últimos son quienes conforman las dos principales fuerzas que operan en el mercado, la oferta y la demanda, respectivamente.

El producto es el bien físico y/o servicio que se intercambia en el mercado. Un bien físico puede ser una fruta, prendas de vestir y lápices, entre muchos otros, mientras que un servicio es la atención que brinda al consumidor un tercero, por ejemplo, un médico, peluquero y asesor. La división de un producto en sólo dos categorías constituye una simplificación. Hay productos que pueden ser a la vez un bien y un servicio. Por ejemplo, la comida en un restaurante implica una combinación de ambos: por un lado es un bien, la comida, y por otro, un servicio, que entrega el mesero del local. Quien fabrica el producto u ofrece el servicio es el vendedor, generalmente una empresa. Los vendedores conforman la oferta en el mercado. Por otra parte, todos aquellos que tengan la intención de adquirir el producto o lo compran son los consumidores. Ellos constituyen la demanda en el mercado.

PREFERENCIAS Y DEMANDA

La persona solicitante de un crédito de consumo debe pagar al banco intereses por el crédito recibido y, además, hacerse cargo de los gastos que se generen por su otorgamiento. Estos son: impuestos de timbres y estampillas, gastos notariales, gastos asociados a bienes recibidos en garantía y primas de seguros.

La demanda es la relación que determina la cantidad de un bien o servicio que están dispuestos a adquirir los consumidores a un cierto precio, considerando los precios de bienes relacionados, su ingreso disponible y gustos o preferencias.

La demanda se relaciona con aquello que los consumidores de un mercado desean adquirir y en qué cantidad. Los gustos y preferencias de los consumidores son fundamentales para determinar la demanda. Una persona, familia, empresa o el gobierno no saben exactamente cuánta satisfacción le entregará un determinado bien o servicio, aunque sí conocen sus preferencias, es decir, son capaces de reconocer qué bienes prefieren respecto a otros. Así, al momento de tomar decisiones de consumo escogerán aquellos bienes o servicios que más les gustan o prefieren. Es decir, los consumidores pueden jerarquizar los productos según sus necesidades.



Puesto que los recursos de todas las personas son limitados, los consumidores tienen restricciones económicas. Por esta razón, no pueden consumir todo lo que quisieran, sino que deben determinar la cantidad de un bien o canasta (conjunto de bienes) que más prefieran dados los recursos (dinero) de los cuales disponen. Un factor importante del nivel de restricciones que enfrentan los consumidores es el precio del bien o servicio. Mientras mayor sea el precio de un bien, más restringidos estarán los consumidores para demandarlo.

Tomando en consideración ambos factores, sus preferencias y restricciones, los consumidores escogen la cantidad de bienes y servicios que les proporcionan mayor bienestar y así construyen su demanda individual.

Demandar significa estar dispuesto a comprar. Esta disposición no necesariamente requiere traducirse en una compra. En consecuencia, la demanda refleja la intención de compra de los consumidores.

En síntesis, la cantidad del bien que los consumidores desean y pueden comprar a los distintos precios se denomina demanda de dicho bien. Para obtener la demanda de mercado se deben sumar todas las demandas individuales de los consumidores de un mercado.

Tras describir como el consumidor conforma su demanda individual y como estas constituyen en conjunto la demanda de mercado, se presentan a continuación los factores que condicionan la demanda. En primer lugar, es necesario diferenciar entre demanda y cantidad demandada:

- Demanda: es cuánto demandan los consumidores de un mercado, considerando distintos precios. Gráficamente se ilustra por la totalidad de la curva de demanda.
- Cantidad demandada: es cuánto demandan los consumidores a un precio dado. Gráficamente se ilustra por un punto específico de la curva de demanda.

Es natural pensar que a medida que aumenta el precio de un bien, disminuye la cantidad demandada y viceversa. Lo anterior sustenta la ley de la demanda, que es precisamente la idea anterior, pero expresada en otros términos: si todo permanece constante, la cantidad demandada de un bien disminuye conforme sube su precio.

PRODUCCIÓN, COSTOS Y OFERTA

Se denominará oferta a la relación que representa la cantidad de un bien que las empresas de un mercado están dispuestas a producir a un precio determinado.

La oferta de bienes y servicios está determinada por las empresas que los producen y sus decisiones acerca de cómo y cuánto producir. Aquí nuevamente se hará la distinción entre ofertar y vender: el primer término refleja la intención de vender y, por tanto, la oferta recoge las intenciones de venta de los productores y no solo las ventas concretas. Para entender mejor las decisiones que toman las empresas, debe considerarse que su actividad consiste en transformar insumos en productos.

Las empresas difieren en los insumos que utilizan y en cómo producen. Firmas que producen un mismo bien, pueden hacer diferentes cantidades de productos usando distintas combinaciones de factores o insumos. Además, las empresas emplean tecnologías diferentes para producir.

Es importante considerar los costos de producción de una empresa porque estas producen para obtener beneficios. Si los costos de producción son altos en relación con el precio de mercado, para los productores no es posible ofrecer una mayor cantidad del bien, y ofrecen pocas unidades o es posible que no ofrezcan y decidan cerrar la empresa. Entonces, a medida que aumenta el precio, la cantidad ofrecida será mayor. En esto consiste la llamada ley de la oferta. Establece que, manteniéndose todo lo demás constante, se pueden producir más unidades, con un costo mayor y precios más altos.

- **El mercado:** Es toda interacción entre el producto, un vendedor y un comprador.
- **Producto:** Es el bien o servicio que se intercambia. Un bien es algo tangible, y un servicio es algo intangible. Hay productos que pueden ser a la vez un bien y un servicio.
- **Vendedor:** Es quien fabrica el producto u ofrece el servicio, generalmente una empresa. Los vendedores conforman la oferta en el mercado.
- **Consumidores:** Son todos aquellos que tengan la intención de adquirir el producto o lo compren. Ellos constituyen la demanda en el mercado.
- **Oferta:** Es la relación que representa la cantidad de un bien que las empresas de un mercado están dispuestas a vender a un precio determinado.
- **Demanda:** Es la relación que determina la cantidad de un producto que están dispuestos a adquirir los consumidores a un cierto precio, considerando los precios de los productos relacionados, el ingreso disponible y los gustos o preferencias del consumidor.
- **Ley de oferta:** Establece que, manteniéndose todo lo demás constante, aumenta la oferta de un bien o servicio a medida que se precio se incrementa.
- **Ley de la demanda:** La cantidad demandada de un bien o servicio disminuye conforme sube el precio y viceversa.

Fuente: Conceptos básicos de microeconomía. (Extracto). Módulo 1. Curso Educación Económica y Financiera Banco Central.

